

COLUMN ROSANNE HERTZBERGER

Misschien hebben de boze mensen in de Albert Heijn wel een punt

7 mei 2026 Leestijd 2 minuten

*Rosanne Hertzberger is microbioloog en was Tweede Kamerlid voor NSC.*

Ik las dat Albert Heijn beveiligers in de supermarkten gaat uitrusten met bodycams. Één van de directeurs lichtte het besluit toe in het *AD*: de supermarkten zijn onveiliger geworden, de klanten agressiever.

Ik herken dit beeld maar al te goed. Ook ik voel me tijdens het winkelen in hun filialen steeds agressiever. Bijvoorbeeld al die keren dat ik mijn boodschappen weer uit mijn tas moet halen om een tiener te laten controleren of ik haar werk wel goed heb gedaan.

Steekproeven zijn veranderd in intensieve controles, die weer een reactie zijn op de toename van kruimeldiefstal. Die kruimeldiefstal is weer een door de supermarkt ingecalculeerd gevolg van het wegsturen van de meeste kassamedewerkers. De supermarkt werd een onpersoonlijke plek en het bedrijf een afstandelijk conglomeraat dat zijn klanten wantrouwt, controleert, filmt. Van zo'n bedrijf steel je makkelijker, zowel de rechtschapen burger (per ongeluk) als de gelegenheidsdief (expres). Die bodycams zijn slechts een trieste nieuwe stap in de spiraal van vertrouwensverlies en geweldsescalatie tussen de grootgrutter en cliëntèle.

„Die verharding in de maatschappij is er nu eenmaal”, zegt de directeur in het *AD*-artikel.

„Wat er op straat gebeurt, lijkt zich ook naar de winkel te verplaatsen.“ Ze vergeet te vertellen welke rol het bedrijf zelf speelt. Alsof het alleen willoos slachtoffer is in plaats van medevormgever van die verharde maatschappij.

Neem kruimeldiefstal. Is Albert Heijn daar zelf niet de afgelopen jaren steeds op betrapt? Er verdwenen koekjes uit de doosjes, schepjes thee uit de zakjes, slokjes bier uit de blikjes. Abrikozen, frambozen, plakjes kaas, ze verdwenen spoorloos uit de verpakking en de prijs bleef hetzelfde.

Dat gaat soms onder het mom van gezond en duurzaam. Een sloot water in de limonade of in het vruchtensap en dat als gezonder en duurder alternatief verkopen. Een nieuwe hamburger is 'plantaardig verrijkt', en bevat ineens 23 procent suikerbietenafval. Niet de door het voedingscentrum aanbevolen peulvruchten, maar suikerbietenpulp. Goedkopere ingrediënten en twee euro per kilo duurder - verrijkt voor de rijken.

Of neem mijn nieuwe shampoofles, die plotseling 20 procent kleiner is. Toen ik weer columns ging schrijven, wist ik dat er een paar onderwerpen waren waar ik het met voorrang over wilde hebben. De EU, de democratische rechtsstaat, Israël, migratiewetten, euthanasie. En shampoo. Het zit me hoog.

Alsof het bedrijf alleen willoos slachtoffer is in plaats van medevormgever

Want ik weet wat een brood kost, en een pak melk. Maar ik heb al jaren geen idee wat shampoo moet kosten. Er is steeds weer sprake van één of andere absurde aanbieding. Een simpele boodschap doen verandert in een absurdistisch vraagstuk. Of ik vier flessen shampoo voor de prijs van twee wil. Of ik überhaupt vier flessen wil. En, als ik niet met vier flessen wil rondzeulen, of ik er dan niet gewoon *eentje* kan kopen. Met direct de vervolgvraag of het niet vreselijk dom en decadent is om die aanbieding te laten liggen. Meestal vlucht ik onverrichter zake de winkel uit.

Op de onvolprezen site ahprijnsindex.nl kun je zien dat de shampoo nu al zeven weken

onaatgebroken in de aanbieding is, met in die zeven weken zes verschillende prijsstructuren: 1+1 gratis, drie voor 10,99 euro, de tweede gratis, of 2+3 gratis - enzovoort. Het unheimische gevoel bekruipt me dat je wordt afgezet door teams van slimme rekenaars ergens op een hoofdkantoor.

Al peinzend over vier flessen shampoo vraag ik me af waar die 2,3 miljard euro aan winst wordt geboekt door Ahold. Is dat het brood, de melk, de bananen? Of casht het bedrijf ook vooral met elke arme ziel die vanwege wanorde of wanhoop dringend een fles shampoo nodig had in de week zonder aanbieding en het volle kneuzentarief betaalde van 6,89 euro voor 250 milliliter zeep? Of verdient het bedrijf vooral aan die oudere mevrouw die de vierde 'gratis' fles in haar mandje vergeet te leggen? Komt er ook dan een beveiligiger toegesneld om te voorkomen dat deze mevrouw dief wordt van haar eigen portemonnee? Gaat er een alarm af als die mevrouw naar buiten loopt en een schandalige prijs betaald heeft? Is er iemand met een bodycam in de winkel aanwezig om die diefstal te filmen?

Je mag niets goedpraten. O, ik zou niet durven. En toch denk ik dat elk bedrijf of organisatie die te maken krijgt met boosheid en wantrouwen, er goed aan doet om zich af te vragen of die mensen ergens misschien ook een punt hebben.